

# Marketing

## Übung

Dozent: M. Sc. Annette Pohl  
Fakultät Informatik  
[www.multi-media-marketing.org](http://www.multi-media-marketing.org)

Wo zu finden?  
F 110

Wie zu kontaktieren?  
email: [a.pohl@fh-sm.de](mailto:a.pohl@fh-sm.de)  
Sprechstunde: Dienstag 13:30 bis 14:30 Uhr

Vorlesung: Prof. Dr. rer. pol. Dr. rer. medic. Thomas Urban

# Marketing

## Übungsaufgaben Kapitel 1

### Vom Verkaufen zum Customer Relationship Management (CRM)

## **Aufgabe 1 – Begriff „Marketing“:**

Definieren Sie den Begriff „**Marketing**“!

### **Lösung:**

- 
- 
-

## **Aufgabe 2 – Merkmale des Marketings:**

Nennen Sie die „**fünf Merkmale des Marketings**“!

### **Lösung:**

- 
- 
- 
- 
-

### **Aufgabe 3 – Anbieter-Nachfrager-Modell:**

Skizzieren Sie das „**einfache Anbieter-Nachfrager-Modell**“! Was ist hierbei unter dem „**Gratifikationsprinzip**“ und dem „**Kapazitätsprinzip**“ zu verstehen? Nennen Sie für jedes dieser beiden Prinzipien jeweils **drei Beispiele** für Nachfrager und für Anbieter!

### **Lösung (1):**

## Lösung (2):

- Gratifikationsprinzip:
  - 
  - Beispiele Nachfrager:
    - 
    - 
    -
  - Beispiele Anbieter:
    - 
    - 
    -

## Lösung (3):

- Kapazitätsprinzip:
  - 
  - Beispiele Nachfrager:
    - 
    - 
    -
  - Beispiele Anbieter:
    - 
    - 
    -

## **Aufgabe 4 – Entwicklungsstufen des Marketings:**

Nennen Sie die „**fünf Entwicklungsstufen des Marketings**“!  
Beachten Sie hierbei die korrekte Reihenfolge!

### **Lösung:**

- 
- 
- 
- 
-

## **Aufgabe 5 – Käufermarkt vs. Verkäufermarkt:**

Grenzen Sie die beiden Begriffe „**Käufermarkt**“ und „**Verkäufermarkt**“ voneinander ab! Nutzen Sie hierfür folgende **Unterscheidungsmerkmale:**

1. Verhältnis zwischen Angebots- und Nachfragemenge
2. Marktmacht
3. Preisentwicklung
4. Kundenorientierung

**Lösung:**

<b>Unterscheidungs- merkmal</b>	<b>Käufermarkt</b>	<b>Verkäufermarkt</b>
Verhältnis zwischen Angebots- und Nachfragemenge		
Marktmacht		
Preisentwicklung		
Kundenorientierung		

## **Aufgabe 6 – Customer Relationship Management (CRM):**

Erklären Sie den Begriff **CRM**!

### **Lösung:**

- 
-

## **Aufgabe 7 – Kundenlebenszyklus und CRM:**

Definieren Sie den Begriff „**Kundenlebenszyklus**“!  
Wie steht der Begriff **CRM** mit dem **Kundenlebenszyklus** in Zusammenhang?

### **Lösung:**

- 
-

## **Aufgabe 8 – Phasen des Kundenlebenszyklus:**

Nennen und erläutern Sie die einzelnen Phasen des **Kundenlebenszyklus**! Stellen Sie zu jeder Phase den **Bezug zum CRM** her (Aufgaben des CRM in jeder Phase) und nennen Sie für jede Phase zwei Kennzahlen! Gehen Sie dabei davon aus, dass ein Unternehmen betrachtet werden soll, das über einen Online-Shop verfügt!

### **Lösung (1):**

- Phasen:



## Lösung (2):

- - 
  - 
  - CRM:
    - 
    - 
    - 
    -
  - Kennzahlen:
    - 
    -

## Lösung (3):

- - 
  - CRM:
    - 
    - 
    -
  - Kennzahlen:
    - 
    - 
    -

## Lösung (4):

- - 
  - 
  - CRM:
    - 
    - 
    - 
    -
  - Kennzahlen:
    - 
    - 
    - 
    -

## Lösung (5):

- - 
  - 
  - CRM:
    - 
    - 
    -
  - Kennzahlen:
    - 
    - 
    -

## **Aufgabe 9 – Kernaufgaben des Marketings:**

Nennen Sie die vier **Kernaufgaben des modernen Marketings!**

### **Lösung:**

- 
- 
- 
-